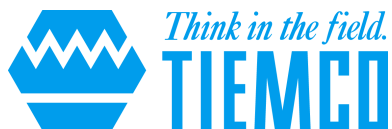


2025年2月4日版
業界データ更新

決算説明補足資料

第 5 5 期 2 0 2 4 年 1 1 月 期



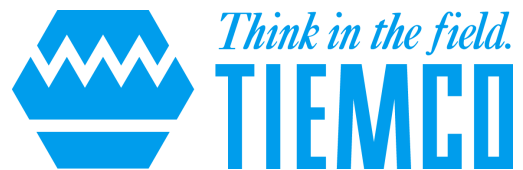
株式会社ティムコ
東証STD 7501

CONTENTS



区 分	内 容	頁
決算概況	主な内容	P4
	全 体	P5
	四半期別	P6
	セグメント別（フィッシング事業）	P7
	セグメント別（アウトドア事業）	P8
	輸出の状況	P9
	輸入の状況	P10
	新製品・自社企画品	P11
中期的な方向性について	目標値 ①～②	P13
	強化項目の内容	P16
	① お客様との接点の強化	P15
	② EC分野の拡大	P17
	③ 海外への展開	P20
2025年11月期 業績予想	当期における重点施策	P24
	業績予想 セグメント別	P25
	2025年11月期 業績・配当予想	P26
TOPICS	2024年11月期のトピックス ①～⑪	P28
市場調査データ	参加人口の推移・出荷市場・小売市場データ他	P40

決算概要



決算概要（主な内容）



1 減収：売上高 5.6%減

- ・ 売上高：3,212百万円（前期比：191百万円減、5.6%減）
- ・ 要 因：記録的な気温上昇による衣類販売低迷や釣用品市場低迷が重なり前期を下回った。

2 輸出：26.7%増

- ・ 売上高：157百万円 26.7%増（主にフィッシング用品）
- ・ 要 因：欧米釣用品市場の復調や円安を背景に輸出が増加。

3 通信販売：7.9%増

- ・ 売上高：123百万円 9.7%増（主にアウトドア用品）
- ・ 要 因：市況が悪い中でもECに関しては対策し成長可能であった。

4 営業損失：30百万円

- ・ 売上減に加え円安及び物価高騰による原価率の悪化、人件費増等により営業損失が発生。

5 当期純損失：109百万円

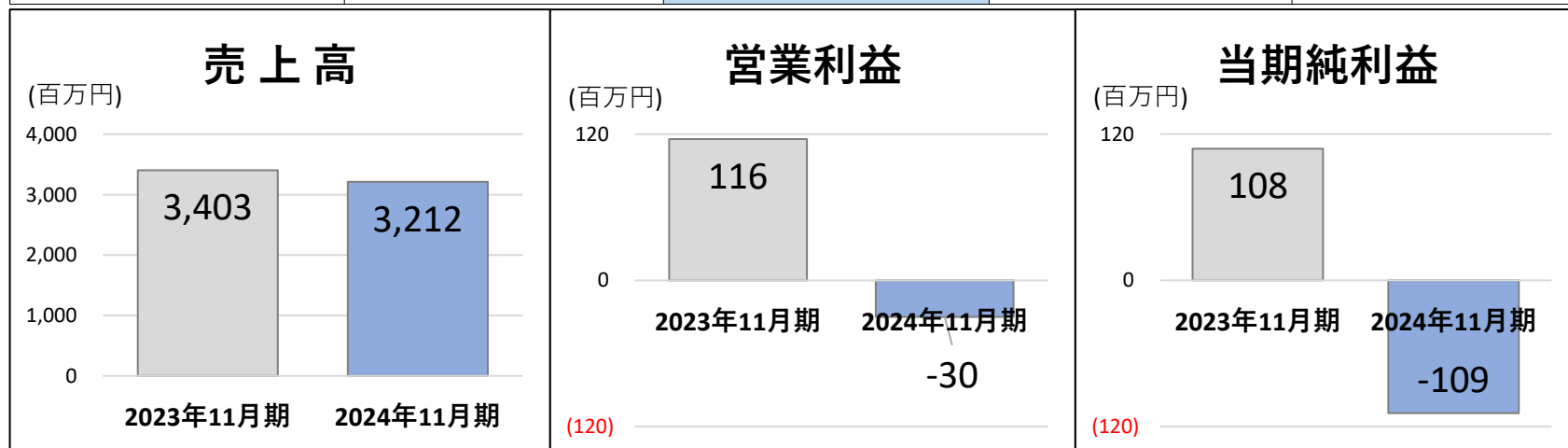
関係会社株式評価損29百万円、店舗造作等の減損損失26百万円により、特別損失が81百万円発生し、法人税等調整額13百万円も影響し、当期純損失は109百万円となった。

決算概要（全体）



フィッシング事業は、需要の高まったコロナ禍からの反動減による市場の在庫調整により販売が苦戦、アウトドア事業は、記録的な暖冬により主に防寒衣料の販売が苦戦し、売上高は前期を下回りました。また、折からの原材料高騰や急激な円安により売上総利益率が減少したほか、賃上げ等による販売費及び一般管理費の増加により営業損失となりました。その他、関係会社株式評価損29百万円や店舗造作等固定資産の減損損失26百万円を特別損失に計上したことや、法人税等調整額13百万円等により、当期純損失は1億9百万円となりました。

単位：百万円	2023年11月期	2024年11月	増減率	増減額
売上高	3,403	3,212	-5.6%	-191
営業利益（損失）	116	-30	-	-146
経常利益（損失）	118	-24	-	-143
当期純利益（損失）	108	-109	-	-217



決算概要（四半期別）



1Q (12-2月)

前年1Qにコロナ禍で回復した反動と暖冬により当年1Qは主にアウトドア衣料の売上高苦戦。

2Q (3-5月)

釣用品市場の需要低迷に伴う取引先販売店の在庫調整等によりフィッシング用品の売上高苦戦。

3Q (6-8月)

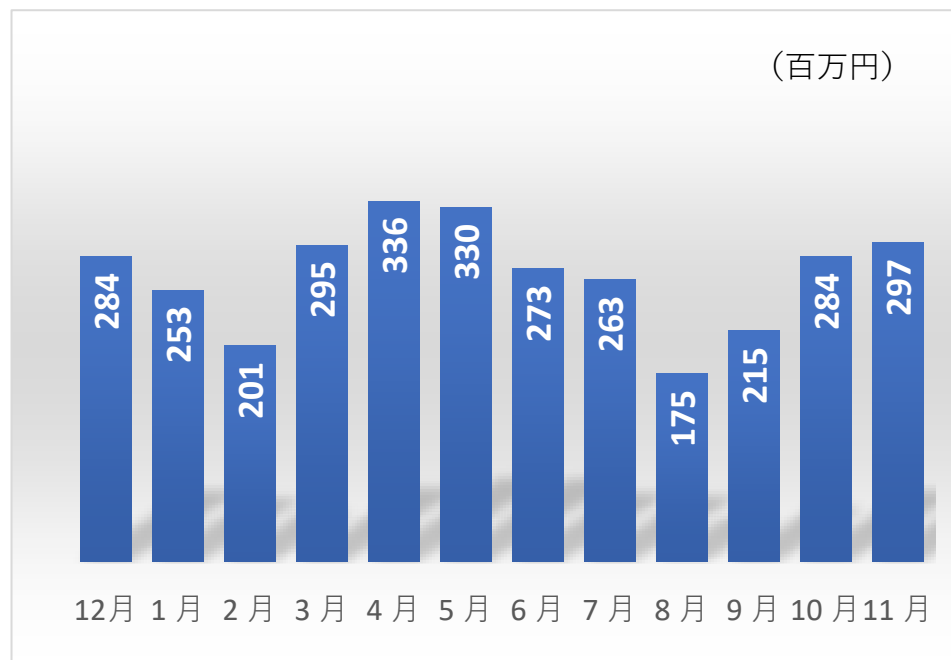
6月はアウトドア衣料は堅調に推移した一方、3Qを通じて釣用品は大きく苦戦。

4Q (9-11月)

9月は入荷により善戦したものの、10月以降の記録的な気温上昇によりアウトドア衣料の販売が苦戦。

<月別売上高の状況（百万円）>

	売上高	構成比	前年同月比
12月	284	8.8%	86.7%
1月	253	7.9%	92.6%
2月	201	6.3%	104.7%
3月	295	9.2%	89.6%
4月	336	10.5%	98.5%
5月	330	10.3%	94.7%
6月	273	8.5%	99.1%
7月	263	8.2%	95.4%
8月	175	5.5%	80.7%
9月	215	6.7%	105.2%
10月	284	8.9%	99.0%
11月	297	9.3%	91.2%



決算概況(セグメント別 フィッシング事業)



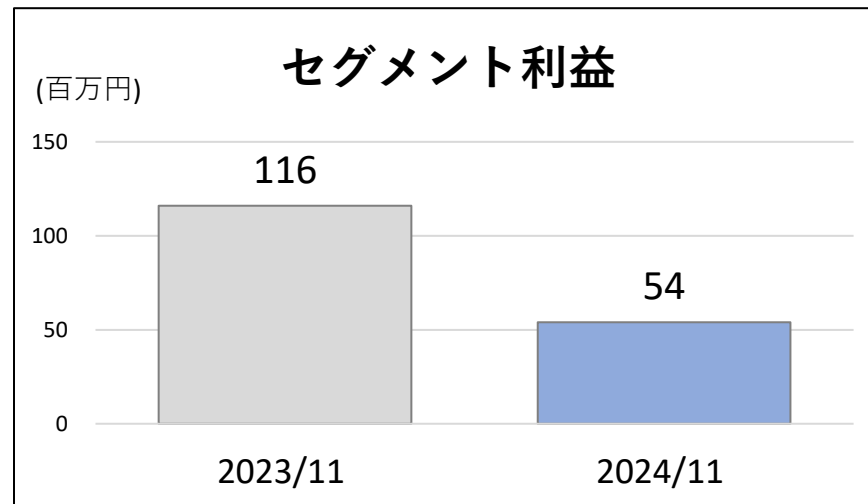
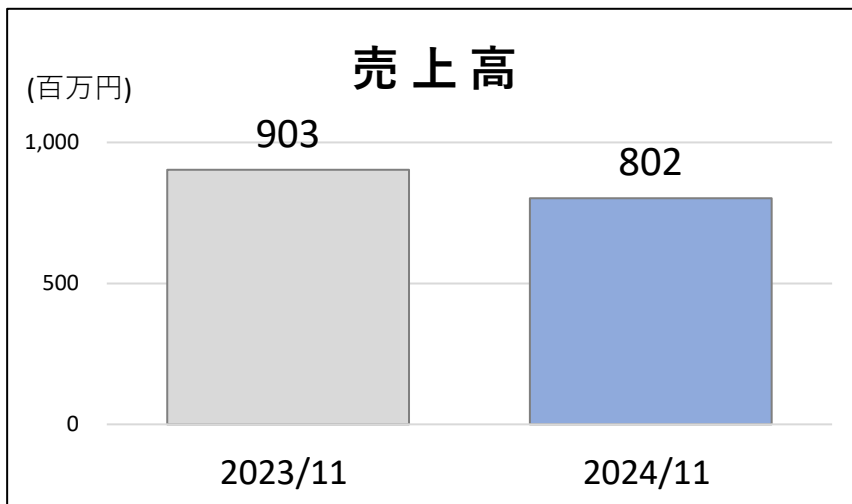
◆増加要素

- ・ルアー用のロッド(釣竿)等の一部商品の売上が増加。
- ・輸出の売上が増加(円安も起因)。

◆減少要素

- ・コロナ禍でアクティビティとして注目されていた反動減で釣り市場が低迷。
- ・取引先 販売店の在庫調整により販売低迷。
- ・原価高騰及び円安に起因する 商品の値上げによる買い控え。
- ・原価高騰及び円安に起因して 原価率が上昇し売上総利益率が低下。

単位：百万円	2023/11期	2024/11期	増減率	増減額
売上高	903	802	－11.1%	－100
セグメント利益	116	54	－53.1%	－61



決算概況(セグメント別 アウトドア事業)



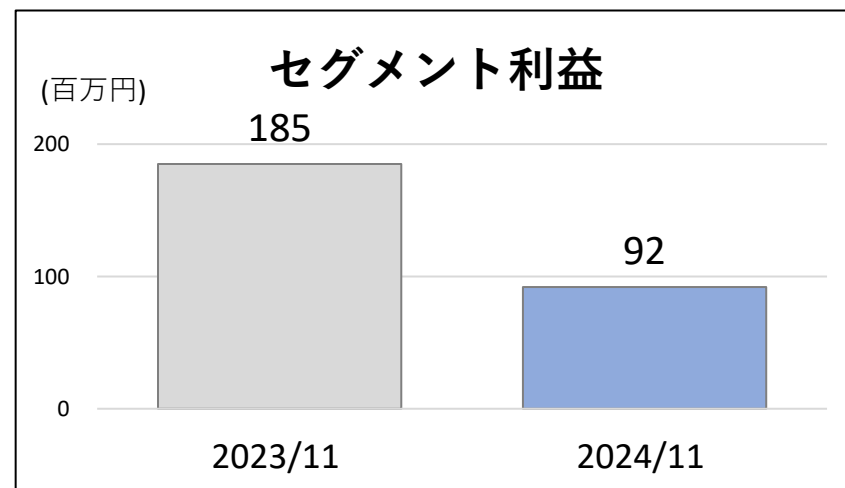
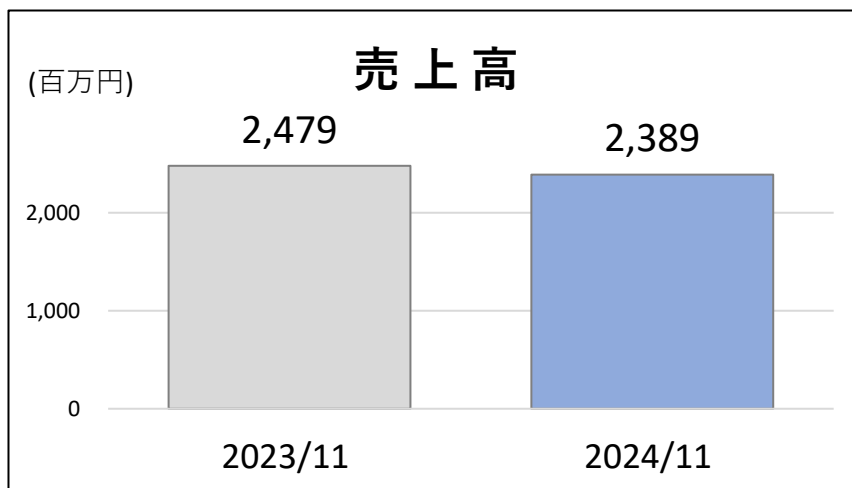
◆増加要素

- ・2024年春夏物のスコロン(防虫衣料)等の販売が堅調に推移。

◆減少要素

- ・期初の暖冬及び秋季の気温上昇の影響により防寒衣料を中心に販売が苦戦。
- ・春以降の登山需要等が停滞気味。
- ・原価高騰及び円安に起因する商品の値上げによる買い控え。
- ・原価高騰及び円安に起因して原価率が上昇し売上総利益率が低下。

単位：百万円	2023/11期	2024/11期	増減率	増減額
売上高	2,479	2,389	－3.6%	－89
セグメント利益	185	92	－50.3%	－93



決算概況(輸出の状況)



<概況>

輸出品目は**フライフィッシング用品が中心**。

海外でもコロナ禍での釣り需要の高まりの反動減があるものの、**円安による影響もあり輸出は増加**。

<主な国別状況>

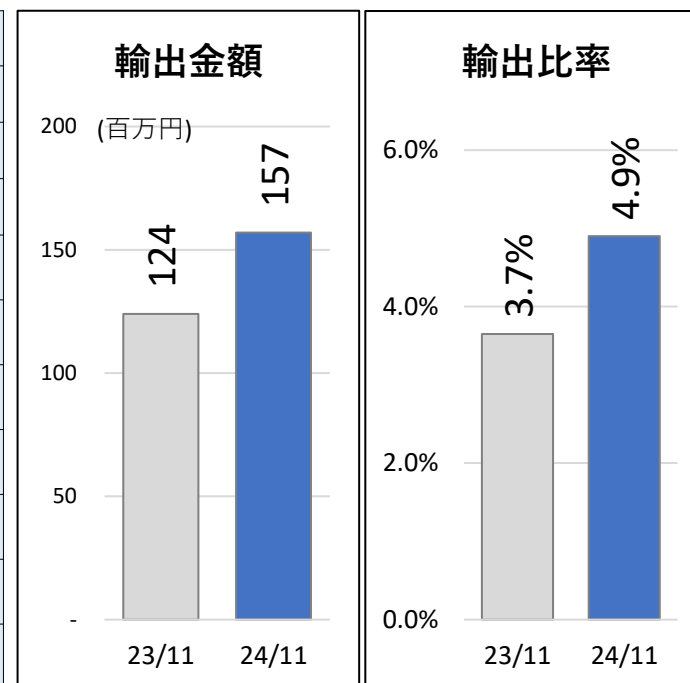
スリランカ：フライ用品の毛鉤生産工場を中心とした輸出増加。

アメリカ：米国需要回復による増加。円安による購買量の増加。

タイ：フライ用品の毛鉤生産工場を中心とした輸出(半製品在庫調整による減少)。

中国：主にFoxfire取引先の出荷増による。

	2023/11期		2024/11期	
売上高	3,403百万円		3,212百万円	
輸出金額	124百万円		157百万円	
輸出比率	3.7%		4.9%	
輸 出 シ ョ ア	ス リ ラ ン カ	25.5%	ス リ ラ ン カ	29.0%
	ア メ リ カ	12.8%	ア メ リ カ	17.7%
	タ イ	8.8%	フ ラ ン ス	7.3%
	フィリピン	8.2%	スウェーデン	6.6%
	フ ラ ン ス	6.9%	中 国	5.0%
	イ タ リ ア	5.1%	イ タ リ ア	4.4%
	そ の 他	32.7%	そ の 他	30.0%



決算概要(輸入の状況)

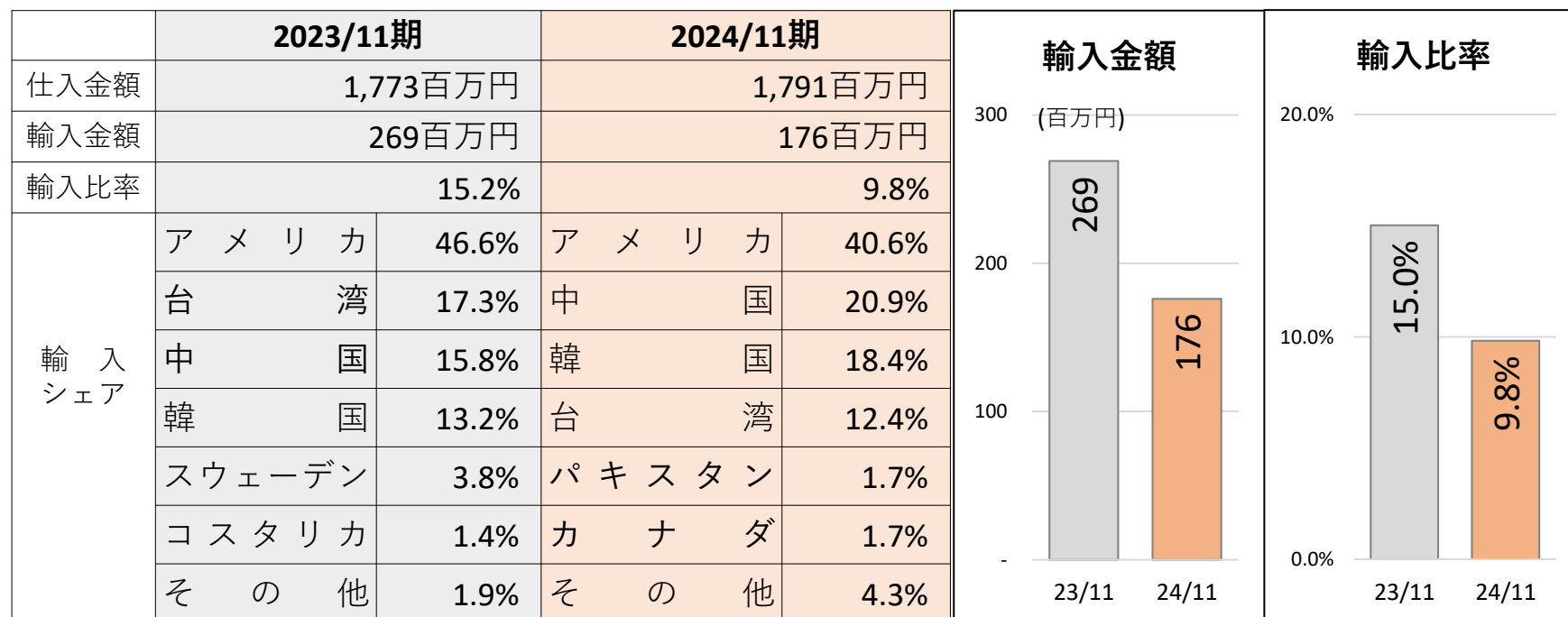


<概況>

海外の取引先から仕入れを輸入として計上しており フィッシング用品が中心。
釣用品市場の 国内需要の低迷により、輸入金額も減少した。

<主な国別状況>

アメリカ：釣用品の国内需要低迷の影響により減少。
韓国：韓国の生産品目の仕入が増加したことによる増加。

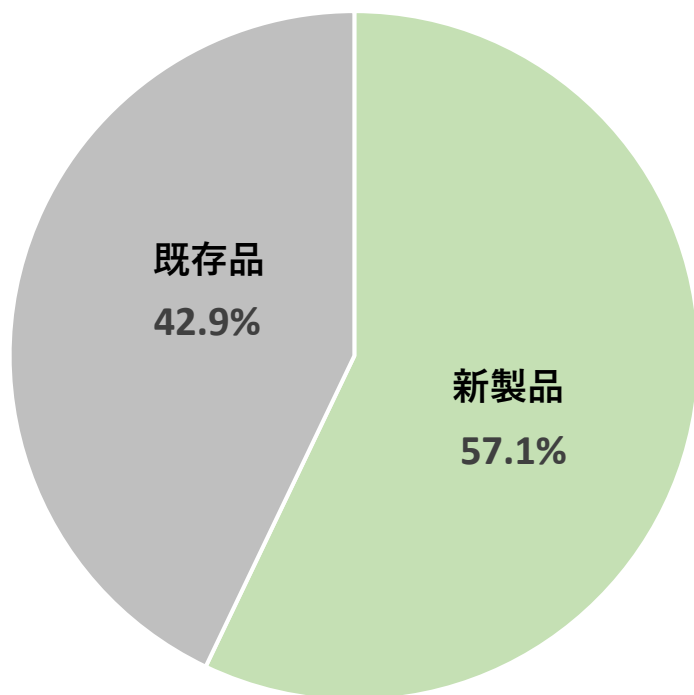


決算概要（新製品・自社企画品）



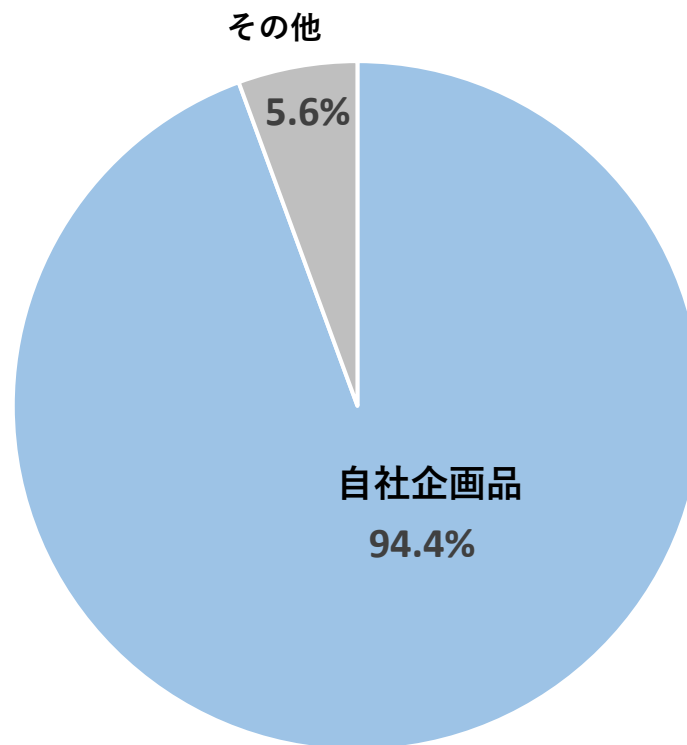
新製品販売比率

5 割以上が新製品

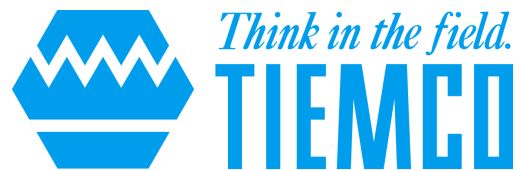


自社企画品販売比率

9 割以上が自社企画品



中期的な方向性

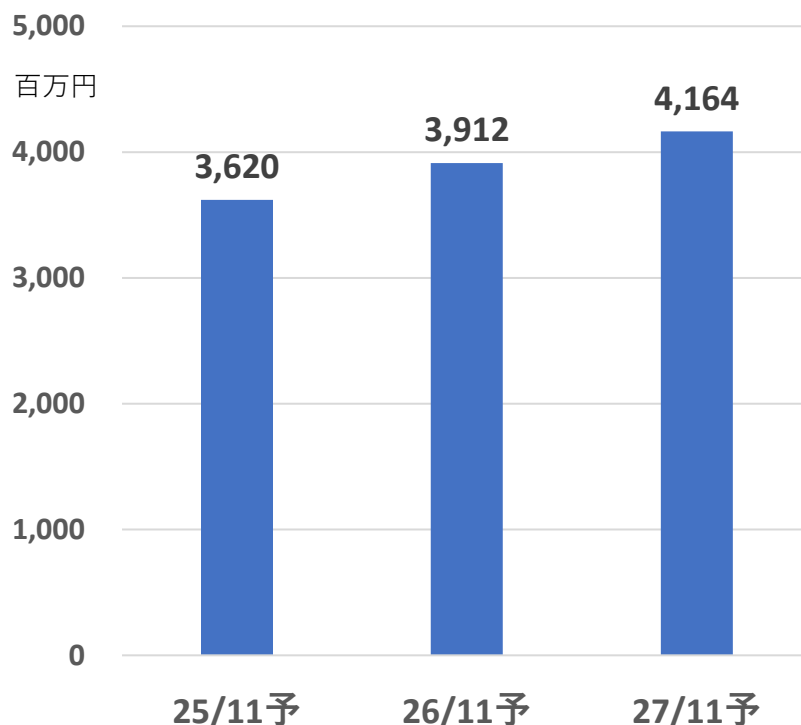


中期的な方向性（目標値①）

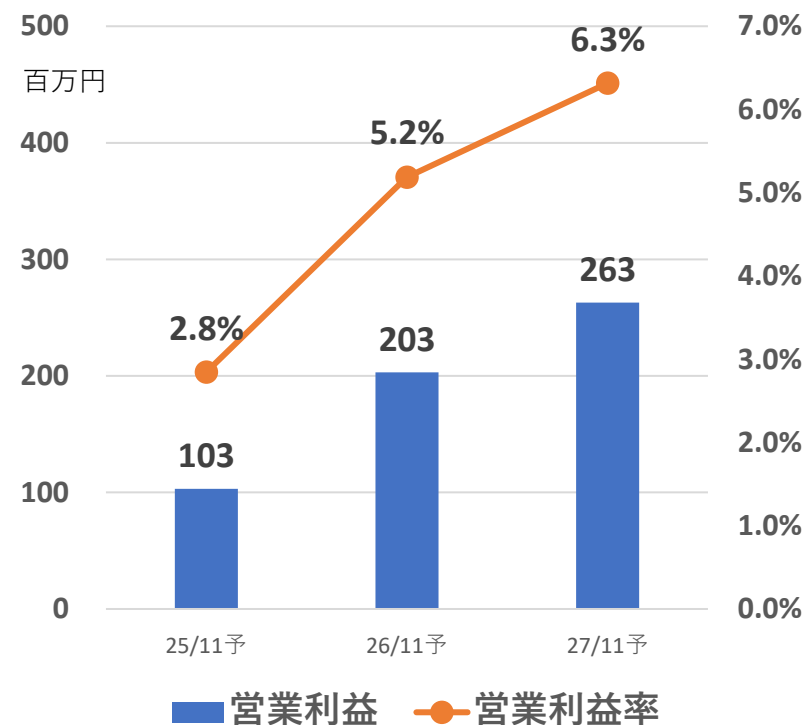


3年後に 売上高 40億円 営業利益率 6%以上を目指す
(24/11期が低迷したため約1年の計画遅れ)

売上高



営業利益・営業利益率



中期的な方向性（目標値②）

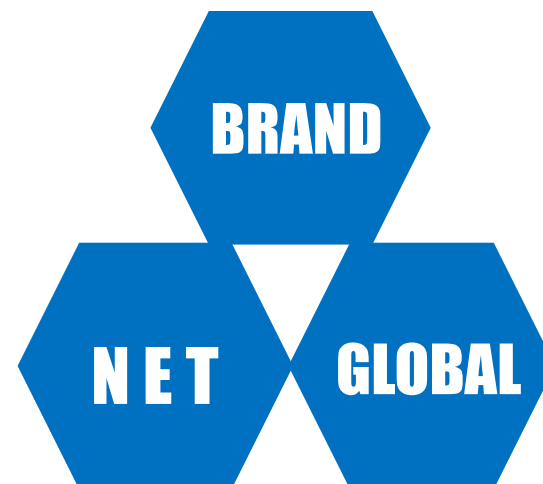


3年後に 売上高 40億円 営業利益率 6%以上を目指します。
ROEは依然低い水準にあり、現在は発表できる段階ではありませんが、
利益の拡大を前提に改善策に取り組んでまいります。

	2025年11月期 (予想)	2026年11月期 (予想)	2027年11月期 (予想)
売上高	3,620百万円	3,912百万円	4,164百万円
営業利益 (営業利益率)	103百万円 (2.8%)	203百万円 (5.2%)	263百万円 (6.3%)
1株当たり利益 (EPS)	27.1円	49.4円	63.9円
株主資本利益率 (ROE)	1.5%	2.7%	3.4%

強化項目

- ① お客様との接点の強化
- ② EC分野の拡大
- ③ 海外への展開



① お客様との接点の強化

【施策】

- ・ **会員制度**の拡充（全ての接点でお客様の属性を知る）
- ・ **情報発信**の強化（SNS/HP等）
- ・ **イベント・スクール**等の充実（リアルの接点）

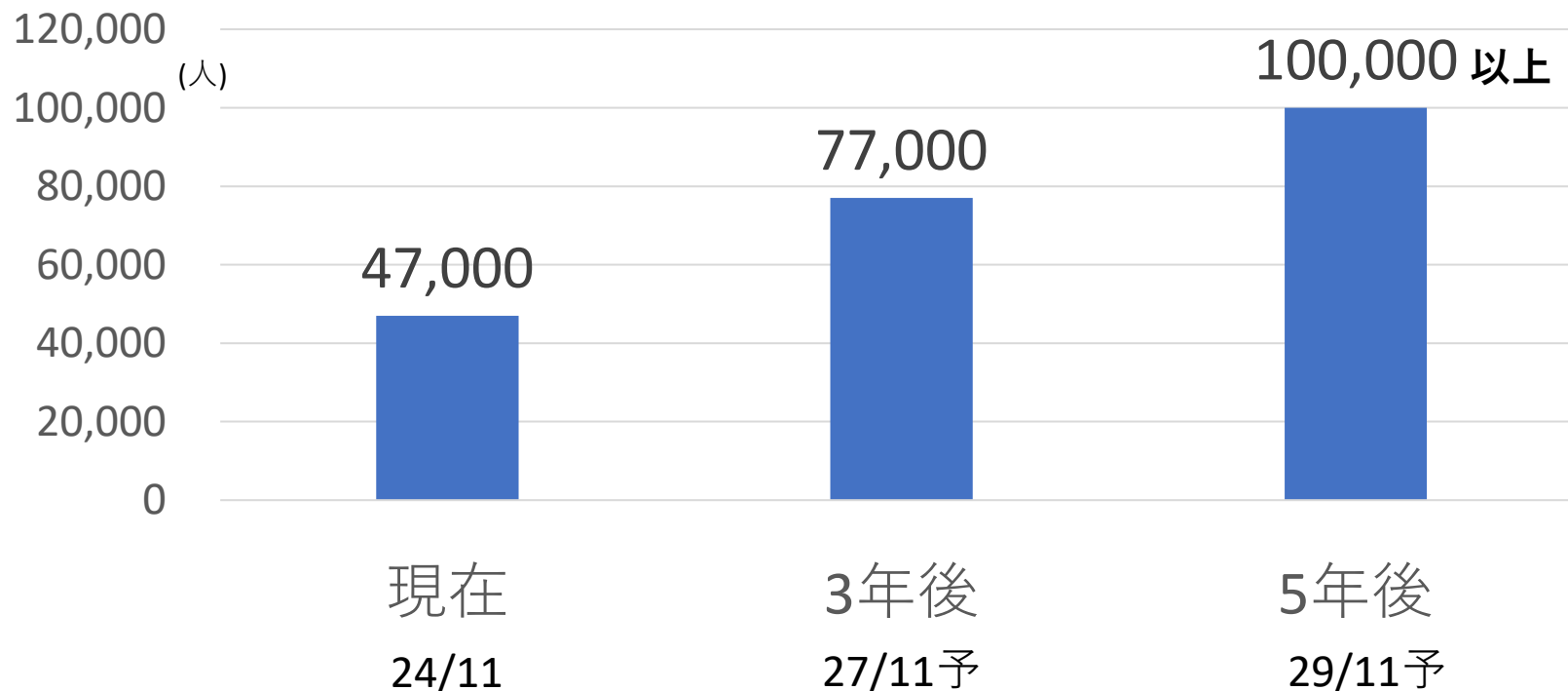
【重点項目】

特に、会員制度を活用し、**会員数の増加**とお客様の**属性に沿った情報提供や提案**をできる体制を強化していく。

① お客様との接点の強化

< 会員数 >

現在 約4.7万人 → 3年後 約7.7万人 → 5年後に 10万人以上へ



② EC分野の拡大

- ・ 日本のEC市場(物販)は**14.7兆円** ※1 ⇒ 10年で2倍以上
- ・ 百貨店1990年 ピーク時10兆円 ※2 ⇒ 現在 5.4兆円
- ・ 世界EC市場は**5.8兆ドル(870兆円/\$=¥150)** ※3

出所)※1経済産業省「令和5年度 電子商取引に関する市場調査報告書」 ※2 日本百貨店協会(2023年) ※3 JETRO(2023年)



② EC分野の拡大

【現 況】

- ・ 2024年11月にホームページをリニューアル実施
- ・ 全アイテムの自社ECスタート

【施 策】

- ・ 会員制度を活用したユーザービリティの向上
- ・ 自主管理ECの拡大(自社ECと外部ECの連動)
- ・ グローバルECの展開

② EC分野の拡大

自社EC比率は

現状3.9% ⇒ 3年後 6.0%

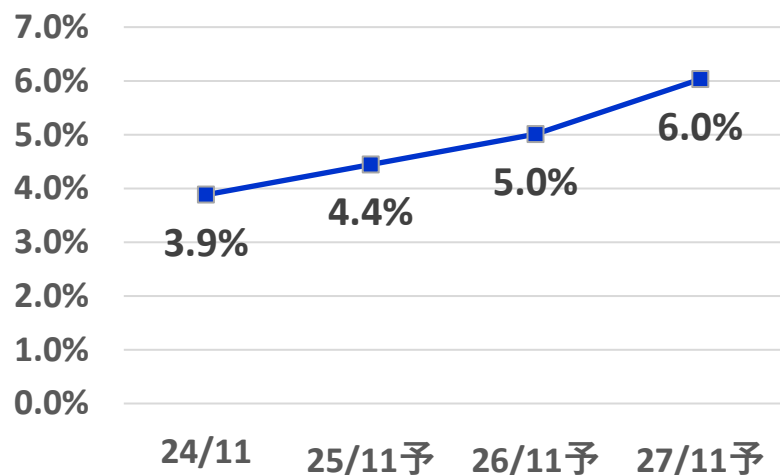
自主管理EC比率(自社+自社管理取引※)は

現状8.6% ⇒ 3年後 12.1%

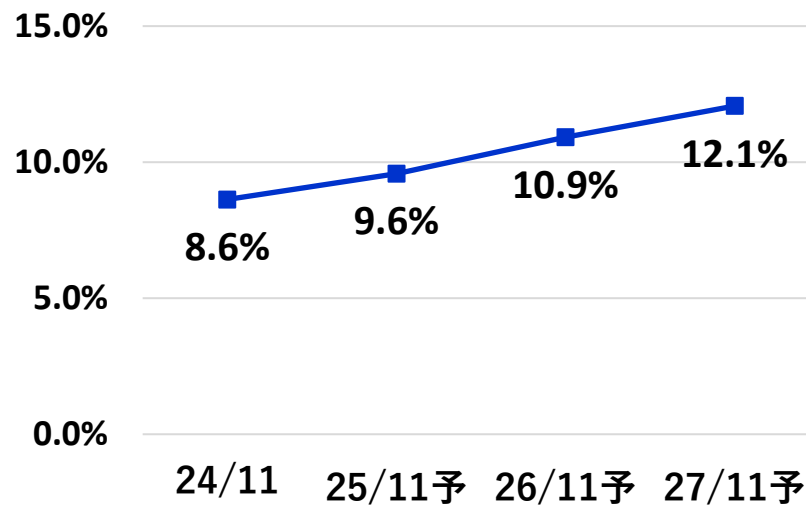
将来的には
25%が目標

※)自主管理取引：ECモール等

自社EC比率



自主管理EC比率



③ 海外への展開

【現状】

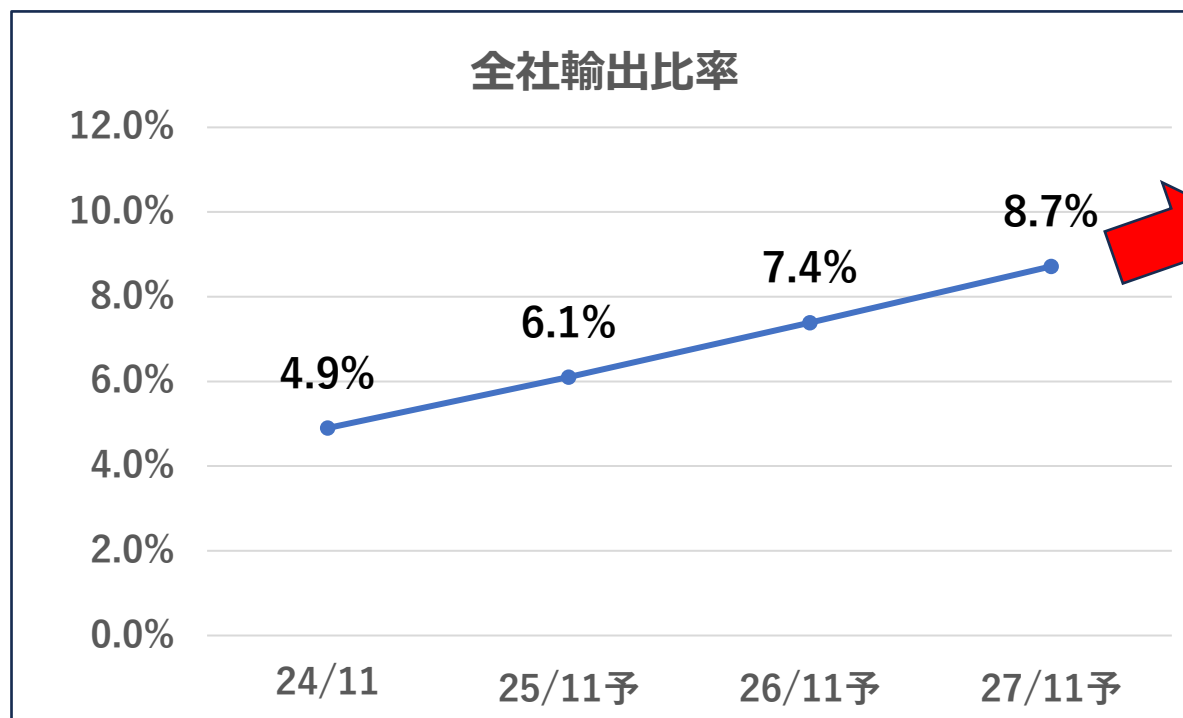
- ・ **世界の人々により豊かな余暇生活**を提供したい。
- ・ 日本は1.2億人で人口減。 **世界には80億人**のお客様。
- ・ 前期(24/11期)は順調に推移。

【施策】

- ・ フライ用品はロッド・リールを含め **グローバルブランド**へ
- ・ **ルアー用品は欧米市場**に向けて拡大
- ・ 今後フライ・ルアーの成長を見込みアジア圏にも展開
- ・ **Foxfireはフィッシングギア**を中心にグローバルへ
- ・ **グローバルEC**を展開

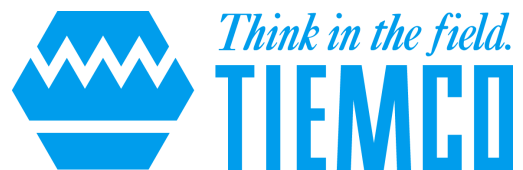
③ 海外への展開

輸出比率 3年後 8.7% 将来 目標 20%



将来的には
20%が目標

2025年11月期 業績予想



会社全体として、**会員数の増加**に取り組むと共に、**ECの強化**、**輸出の強化**に重点を置いて対応していきます。また、引き続き製品のクオリティの強化とブランディングの強化には注力しお客様に高い付加価値を提供してまいります。

以下、**事業別の重点項目の概要**となります。

◆ フィッシング 重点項目

- ・ 輸出は**欧米中心に拡大**を計画。
- ・ **フライ用品は展開アイテム**の拡大（ロッド・リール等）。
- ・ **ルアー用品はこれまで輸出少なく円安下の輸出拡大期**として取り組む。
- ・ **国内は取引先小売店の拡大**と店舗内における**取扱面積の拡大**が主軸。
- ・ 新会員制度を導入。**会員向け販売促進やイベントを強化**する。

◆ アウトドア 重点項目

- ・ 引き続き**EC強化**（成長分野であり自主管理ECにおける販促や情報発信の強化）。
- ・ 直営店の**顧客数増加とリピート率の向上**により店舗当たり売上高の増加。
- ・ 引き続き**コラボアイテムを展開**し、ブランド**認知度向上**に寄与する。
- ・ AIを活用した**在庫の効率的な運用を行い機会損失を減らす**。
- ・ 会員制度を活用して、**お客様の属性の沿った情報配信や販売促進を強化**。

2025年11月期 業績予想 セグメント別



フィッシング事業、アウトドア事業ともに**増収計画**となっています。
フィッシング事業は、市場の**在庫調整局面から正常化**に向かうものと予想しています。その他**輸出や国内売場面積の拡大**を行ってまいります。
アウトドア事業は、在庫の効率的な販売策の実施のほか、**EC販売**の拡大、**暖冬にも対応し得る商品アイテムの強化**を行ってまいります。

単位：百万円	2024年11月期 (実績)	2025年11月期 (予想)	増減率	増減額
フィッシング事業	802	941	+17.3%	+139
アウトドア事業	2,389	2,660	+ 11.3%	+ 271
その他	19	19	± 0%	± 0
全社合計	3,212	3,620	+ 12.7%	+ 408

2025年11月期 業績・配当予想

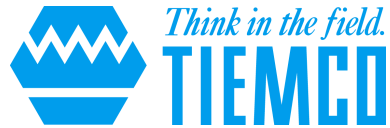


第56期(2025年11月期)の業績予想について

2024年11月期は、釣用品市場の落込みと、暖冬に伴うアウトドア衣料の販売不振等が重なったこと、原価率の上昇による売上総利益率の悪化、賃上等による人件費の増加、特別損失の計上等により厳しい年度となりました。2025年11月期は、これらのマイナス要素に対して、より正常なポジションに近づけ、さらなる成長に向けた取り組みを行ってまいります。

単位：百万円	2024年11月期 (実績)	2025年11月期 (予想)	増減率	増減額
売 上 高	3,212	3,620	+ 12.7%	+ 408
営 業 利 益(損失)	－ 30	103	－ %	+133
経 常 利 益(損失)	－ 24	106	－ %	+130
当期純利益(損失)	－ 109	67	－ %	+176
配 当	12円00銭	12円00銭	－ 円	± 0円

TOPICS



TOPIC① Fenwick 70周年



Fenwickは1954年に始まった米国のフィッシングブランド「Fenwick」が2024年に70周年を迎えました。フェラライトフェルールやカーボングラファイト製等、世に先駆けて開発し採用した革新的ブランドです。

当社は1971年よりFenwickの国内代理店として50年以上このブランドに関わっており、日本に流通するモデルは全て当社による開発です。2024年はFenwickの70周年に因んだ記念モデルをリリース（2023/12）しています。



OM SYSTEM × Foxfire オリジナルトラッシュポーチ & サコッシュ (2024/3)

「Foxfire」とOMデジタルソリューションズ株式会社による 「OM SYSTEM」 との 初のコラボレーションアイテム です。

フィールドフォトグラファーが、両手が空いてコンパクトに収納できる軽量サコッシュ、フィールドでゴミを捨てずに持ち帰ることが苦にならないデザインとして、商品開発しました。



TOPIC③ FREAK'S STORE × Foxfire



アメリカンカルチャーという軸から、流行だけにとらわれないライフスタイルを提案するセレクトショップ「フリークスストア」(株式会社デイトナ・インターナショナル)。Foxfireとのコラボによりトレーナー、Tシャツ、パンツ等の計12アイテムを展開。(2024年3月)



TOPIC④ 映画「ミルクの中のイワナ」へ協賛



ドキュメンタリー映画「ミルクの中のイワナ」が2024年4月5日より一般劇場上映開始。
この映画は、自然をめぐる様々なジレンマによって危機に陥っている神秘の渓魚イワナに迫った自然ドキュメンタリーであり、研究者・漁協関係者・釣り人などが、それぞれの立場から「自然との共生」に向けて模索する姿を描いた社会ドキュメンタリーでもあります。当社は当映画のテーマに共感し協賛をさせていただくことができました。



<https://trout-inthemilk.com>

TOPIC⑤ C&Aのレストラン棟オープン



キャンパーズ アンド アングラーズ北広島のレストラン施設 「アルトラーチェ」が2024年4月24日 OPEN



北海道ボールパークFビレッジ近隣にオープンした、体験型アウトドア施設「キャンパーズアンドアングラーズ北広島」(2023年9月30日開店)内に、レストラン棟がオープンしました。

人気ジェラート店「アルトラーチェ」の称号を引き継いでリニューアルし、ジェラートの他、丸美珈琲店監修のカフェ、オリゾンテ監修のピザ等の提供を開始しました。



- ・店舗所在地：北海道北広島市美沢五丁目1番1
- ・土地面積：約4,733坪（1万6,046㎡）
- ・施設面積：物販棟約350坪/飲食棟約200坪(予定)

<株式会社キャンパーズアンドアングラーズ>

(株)スノーピーク、(株)アイビック(釣用品卸・小売)、アイビック食品(株)と当社の4社による合併会社。

- ・北海道札幌市東区北10条東1丁目1-11
- ・資本金 9,800万円 (2021年11月設立)

TOPIC⑥ 包括連携協定の締結

群馬県上野村に係わる 包括連携協定 4月28日



- ・ 群馬県上野村
- ・ 上野村漁業協同組合
- ・ 株式会社スノーピーク
- ・ 株式会社ティムコ

上記4者による 包括連携協定を
2024年4月28日に締結しました。

首都圏から100km圏内にもかかわらず手つかずの自然が残る群馬県上野村。村の中央を貫流する「神流川」は関東でも屈指の清流であり、全国から釣り人が集う憧れの地です。今回提携した4者は、互いの知見や人的資源、アウトドアの力を活用し、新たな地域活力を創出し、地域経済の発展及び住民サービスの向上に寄与すること、また上野村の自然や河川環境と生態系の保護に繋がる活動を推進していきたいと考えています。

TOPIC⑦ KAVUとのコラボアイテム



北米シアトルでサーモン漁師のための帽子から始まった KAVU。日本でフライフィッシングのためのアイテムから始まった Foxfire。ともに水と魚をルーツに持つブランド同士の初のコラボレーションです。

当社Foxfireのオリジナルカモフラージュパターン（フィッシュアイカモ）を使った「水辺での視覚」をテーマにしたキャップ&ハットがラインナップ（2024年5月発売）。



TOPIC⑧ Lee × Foxfire 第2弾



FoxfireとLeeのコラボ商品 第2弾 2024年5月29日発売



米国のジーンズブランド「Lee」とFoxfireの限定コラボアイテム2024年モデル。
ベスト、パンツ、ハットの3アイテムが発売されました。



TOPIC⑨ SHAKU-HUNTER × Foxfire



Foxfire × SHAKU-HUNTER コラボ第5弾 発売

【Foxfire × SHAKU-HUNTER 5th】

東北・仙台でフライフィッシングカルチャーを発信する「SHAKU-HUNTER」
とのコラボレーションシリーズ第5弾のアイテムが登場！



TOPIC⑩ NANGA × Foxfire 4th



NANGAコラボ第4弾。「GORE-TEX WS フィッシングダウンジャケット」の新仕様。「アングラース2WAYダウンカーディガン」と「アングラースウォーキングシュラフ」2つを新展開。リサイクルダウン仕様の軽量コンパクトな仕上がりになりました。



NANGA×Foxfire
GORE-TEX WS Fishing Down
Jacket 2024
GORE-TEX WS フィッシングダウンジャケット



NANGA×Foxfire
Angler's 2WAY Down Cardigan
アングラース2WAYダウンカーディガン



NANGA×Foxfire
Angler's Walking Sleeping Bag
アングラースウォーキングシュラフ

TOPIC⑪ もののけ姫 × Foxfire



2023年の『となりのトトロ』から始まったFoxfire × スタジオジブリコレクションの第三弾として、『もののけ姫』とのコラボレーションが実現しました。人間と自然の二面性や両者の関係性を描いた本作は、世代や国境を超えて多くの人を魅了しています。その作品世界をイメージしてつくられたアウトドア仕様でありながらも、タウンユースとしても楽しめる全12アイテムをラインアップしました。（2024年11月）



サン ホローマグ



アシタカ ホローマグ



シシ神の森 トート



シシ神の森 ショルダーバッグ



タタリ神アームカバー



ディダラボッチ ビーニー



サン キャップ



シシ神 プルオーバー



シシ神の森 ツールベスト



モロの森 フリースジャケット

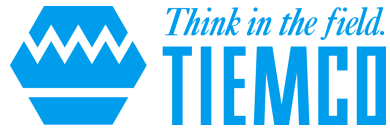


アシタカ ジャケット



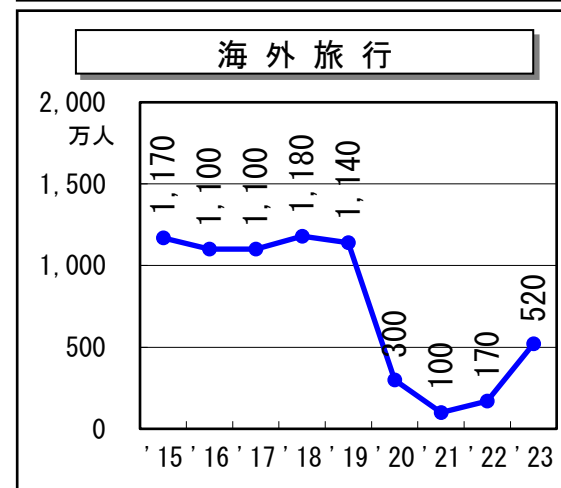
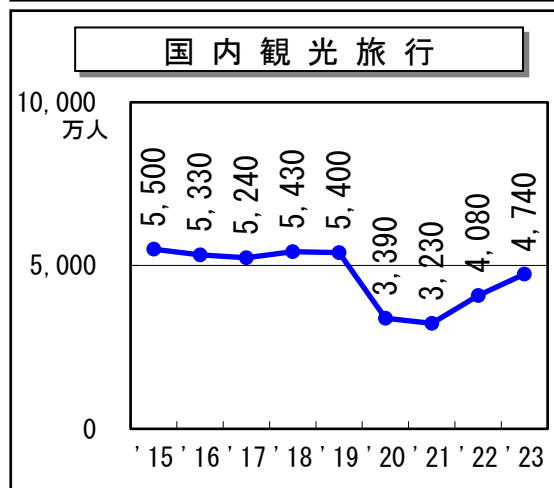
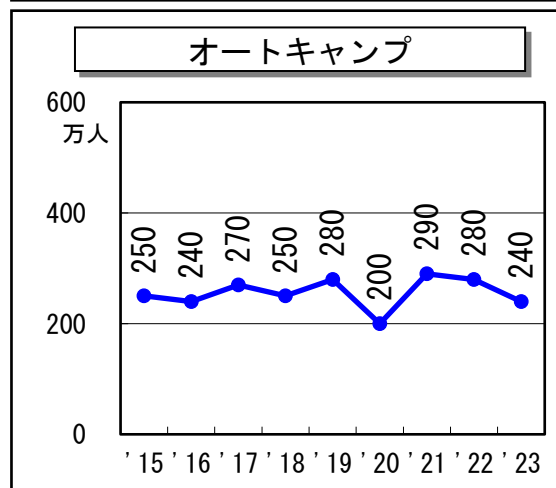
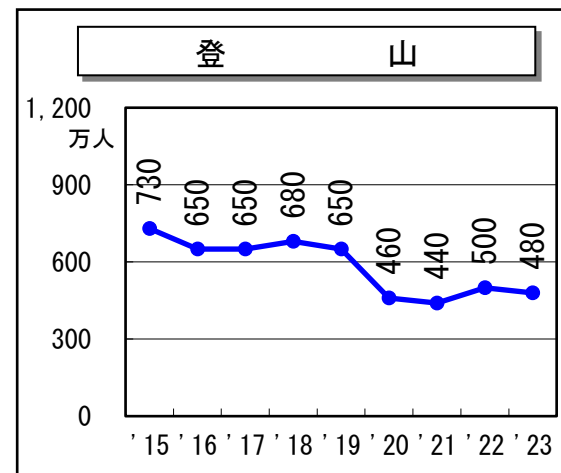
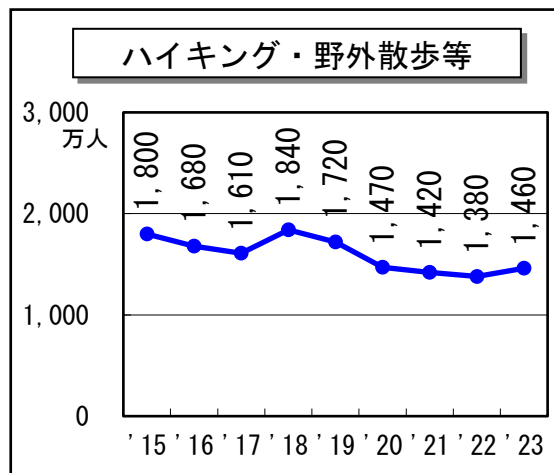
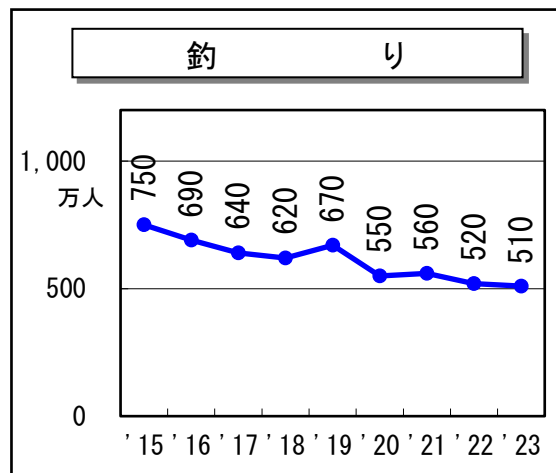
ディダラボッチ ダウンジャケット

市場調査データ



参加人口の推移

当社の事業に関連するアクティビティの参加人口をピックアップしています。



出典「レジャー白書2024」 公益財団法人 日本生産性本部 2024年10月

釣用品市場規模の推移

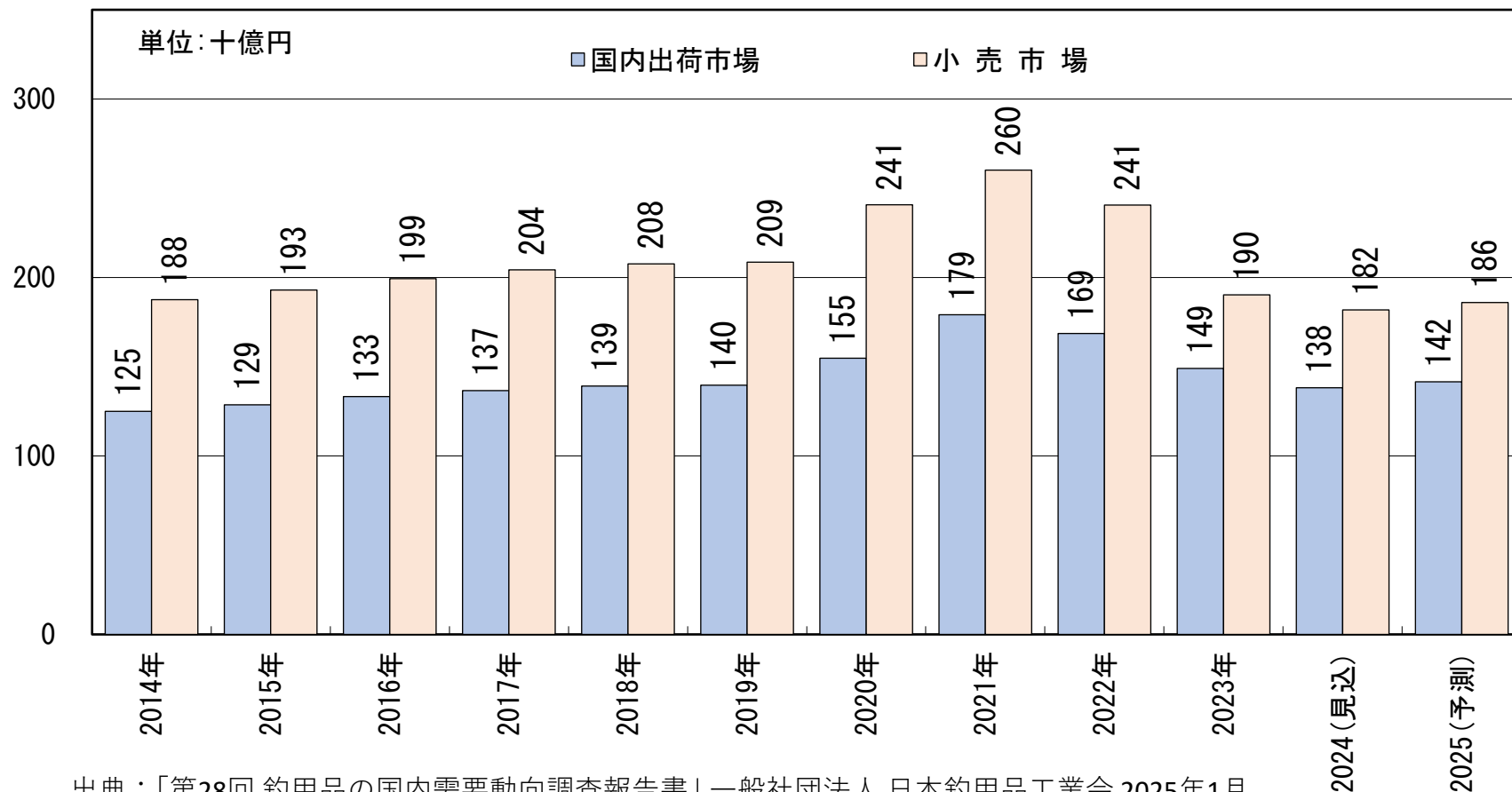
2025年2月4日更新



< 2つのグラフの意味 >

国内出荷市場：メーカーから小売店への出荷額の国内総計

小売市場：小売店より消費者等への販売額の国内総計



釣種別の国内出荷規模

2025年2月4日更新



国内出荷規模（メーカーから小売店への出荷額）を釣種別に分類した表です。
色のついたセルは当社に関係する釣種になります。

釣 種	2022		2023			2024見込)		
	金 額	構成比	金 額	構成比	前年比	金 額	構成比	前年比
ルアーフィッシング	109,183	64.8%	90,843	60.9%	83.2%	85,798	62.1%	94.4%
バ ス	29,349	17.4%	27,197	18.2%	92.7%	23,162	16.8%	85.2%
ソ ル ト	70,722	41.9%	58,269	39.1%	82.4%	56,751	41.1%	97.4%
ト ラ ウ ト 他	6,112	5.4%	5,377	3.6%	59.0%	5,885	4.3%	109.4%
フライフィッシング	2,634	1.6%	2,659	1.8%	100.9%	2,064	1.5%	77.6%
ルアー・フライ小計	111,817	66.3%	93,502	62.7%	83.6%	87,862	63.6%	94.0%
投 げ 釣 り	3,941	2.3%	4,008	2.7%	101.7%	3,445	2.5%	86.0%
磯・波 止 め 釣 り	22,361	13.3%	20,013	13.4%	89.5%	18,106	13.1%	90.5%
船 釣 り	20,499	12.2%	17,424	11.7%	85.0%	17,187	12.4%	98.6%
溪 流 釣 り	1,627	1.0%	1,660	1.1%	102.0%	1,701	1.2%	102.5%
ア ユ 釣 り	5,083	3.0%	5,190	3.5%	102.1%	4,688	3.4%	90.3%
ヘ ラ ブ ナ 釣 り	5,022	3.0%	5,423	3.6%	108.0%	4,353	3.2%	80.3%
そ の 他	1,270	-1.0%	1,890	1.3%	-109.2%	788	0.6%	41.7%
合 計	168,620	100.0%	149,110	100.0%	88.4%	138,130	100.0%	92.6%

出典：「第28回 釣用品の国内需要動向調査報告書」一般社団法人 日本釣用品工業会 2025年1月

アウトドア用品の国内出荷規模①

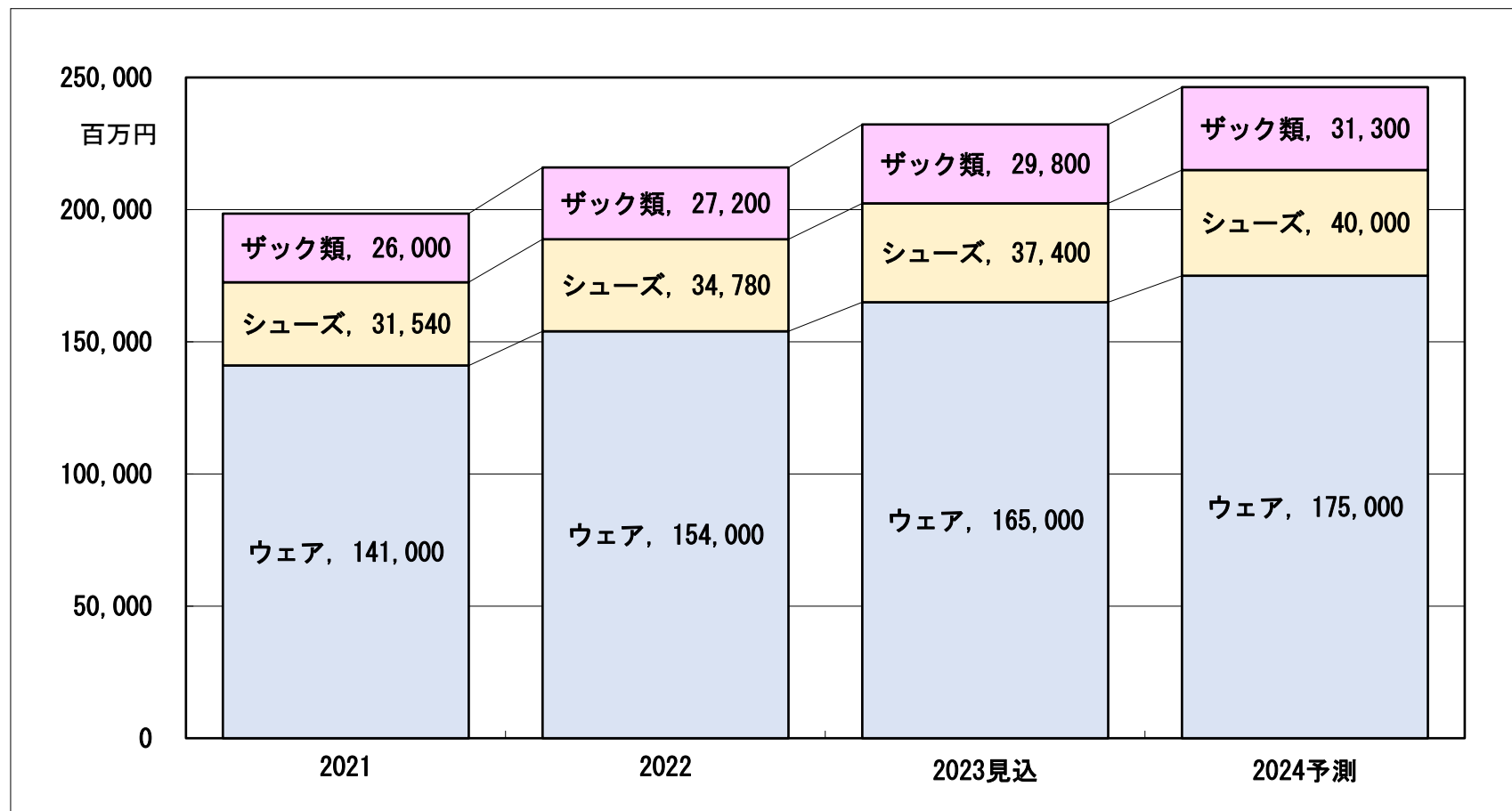


国内出荷規模（メーカーから小売店への出荷額）を商品別に分類した表です。
色のついたセルは当社に関係するジャンルになります。

分 類	2021	2022		2023見込		2024予測	
	出荷額	出荷額	前年比	出荷額	前年比	出荷額	前年比
ア ウ ト ド ア ウ ェ ア	141,000	154,000	109.2%	165,000	107.1%	175,000	106.1%
ア ウ ト ド ア シ ュ ー ズ	31,540	34,780	110.3%	37,400	107.5%	40,000	107.0%
ザ ッ ク 類	26,000	27,200	104.6%	29,800	109.6%	31,300	105.0%
テ ン ト ・ タ ー プ 類	24,390	26,400	108.2%	19,200	72.7%	18,600	96.9%
シ ュ ラ フ	8,000	7,800	97.5%	6,000	76.9%	6,200	103.3%
照 明 器 具	5,400	4,800	88.9%	3,500	72.9%	3,200	91.4%
調 理 器 具 ・ 食 器 類	11,000	11,800	107.3%	11,800	100.0%	12,000	101.7%
テ ー ブ ル ・ チ ェ ア	14,550	14,100	96.9%	11,200	79.4%	11,600	103.6%
ク ー ラ ー ・ ジ ャ グ 類	6,770	7,100	104.9%	5,900	83.1%	6,150	104.2%
そ の 他	24,230	23,200	95.7%	16,300	70.3%	17,400	106.7%
合 計	292,880	311,180	106.2%	306,100	98.4%	321,450	105.0%

アウトドア用品の国内出荷規模②

当社に関連する商品ジャンルのみをピックアップした国内出荷規模（メーカーから小売店への出荷額）のグラフになります。





Think in the field.
TIEMCO

< 当資料に関するお問い合わせ >

株式会社ティムコ 社長室

TEL 03-5600-0122 FAX 03-5600-0302

メールでのお問い合わせは下記のアドレスまたは右のQRコード
より I R お問い合わせ画面にアクセスいただけます。

<https://tiemco.tayori.com/f/inquiry-form-ir/>

IRお問い合わせ専用



注) 本資料は、当社の業績概要の提供を目的とするものであり、当社が発行する有価証券の投資を勧誘することを目的としたものではありません。また、本資料は注記のない限り開示時点の決算データ及び直近の事業データに基づいて作成されております。
本資料に記載された意見や予測などは、資料作成時点の当社の判断であり、その情報の正確性、完全性を保証し又は約束するものではなく、また今後、予告なしに変更されることがあります。